



CLUBES: Comunicar para subsistir, crecer y organizar

Manual de Comunicación Interna y Externa para clubes

Información general

Síntesis

El proyecto tiene como objetivo central el trabajo conjunto del equipo para la creación de un Manual Gráfico Digital que sienta bases comunes para el desarrollo de la comunicación interna y externa de los clubes. En momentos históricos donde las instituciones deportivas se esfuerzan en subsistir ante las problemáticas estructurales socio-económicas, la posibilidad de contar con herramientas de fácil utilización que permitan ampliar el contacto con la comunidad en la que se encuentran inmersos, así como ampliar la cantidad de socios y dar a conocer el trabajo realizado, resulta de gran importancia, no sólo en relación al sostenimiento de su existencia, sino en la expansión de sus incidencias sobre la población y el acompañamiento a su comunidad. Asimismo, el proyecto aborda un área específica de la comunicación institucional que en la actualidad no se encuentra contemplada en proyectos de políticas públicas estatales ni iniciativas del sector privado.

Convocatoria

Convocatoria Ordinaria 2018

Palabras Clave

Aprendizaje didáctico

Deporte

Cultura Popular

Comunicación Popular

Línea temática

ARTE Y COMUNICACIÓN POPULAR

Unidad ejecutora

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Facultades y/o colegios participantes

Destinatarios

El proyecto está destinado directamente a las/los dirigentes y socias/os con participación activa en los clubes de la región, principalmente aquellos que no tienen la infraestructura para desarrollar espacios específicos, o departamentos de prensa de los que participen profesionales de la comunicación. Sólo en la ciudad de La Plata hay más de 200 clubes. Los destinatarios serán aquellos clubes que tengan como objetivo el fortalecimiento de los lazos asociativos de sus participantes y la ampliación de la base de socios dentro de la institución a través de la planificación de estrategias comunicacionales que convoquen a la participación. Asimismo, tiene como destinatarios indirectos a toda la comunidad que rodea a los clubes, especialmente a los sociales y deportivos que son en la Argentina, y particularmente en la región, base de las estructuras sociales barriales y de la contención social de los miembros de la comunidad, generando espacios de pertenencia, identidad y funcionando como un agente de socialización de indiscutible importancia.

No es nada nuevo el pensar a los clubes como redes de apoyo social que mantienen a los y las jóvenes por fuera de los peligros de la cotidiana exposición a la exclusión y la falta, así como espacios de desarrollo de los valores más apreciados como son: el trabajo en equipo y la solidaridad.

La inclusión de explicativos para la desarrollar la comunicación para clubes en diferentes formatos, y con un lenguaje sencillo servirá también para poder realizar productos comunicacionales, ampliar los vínculos de los clubes con los medios de comunicación que se produzcan en la zona y afianzar los lazos entre los/las jóvenes y las/los adultas/os mayores, principales participantes de la vida cotidiana de los clubes.

Localización geográfica

El proyecto se desarrollará en conjunto con el centro extensionista cito en calle 609 esquina 122 - La Plata. Aun así, el mismo está pensado para que sea una herramienta utilizada por muchos de los clubes de la región.

Asimismo, los avalantes (Club For Ever 116 nro 1477 y CLub Atenas 13 nro 1246) aportarán espacios de encuentro, así como se convertirán en sujetos de diagnóstico y prueba de los avances producidos en el marco del proyecto en la consecución del cronograma previsto.

Centros Comunitarios de Extensión Universitaria

- Centro Comunitario de Extensión Universitaria N°7 Villa Elvira
-

Cantidad aproximada de destinatarios directos

Cantidad aproximada de destinatarios indirectos8000

☰ Detalles

Justificación

Qué significan los clubes para la sociedad argentina? Cómo puede la Universidad aportar a su crecimiento y manutención en contextos de dificultades económicas? Cómo cooperar en su sostenimiento en el tiempo, su crecimiento y el fortalecimiento de los lazos entre sus socios y participantes?

Estas son algunas de las preguntas que nos hacemos cotidianamente aquellos que entendemos que los fenómenos deportivos importan una gran cantidad de aspectos sociales, culturales, históricos, políticos y económicos que nos obligan a analizarlos desde una mirada multidisciplinar, pues no significan sólo una actividad física e intelectual ni un resultado, sino que tienen una variedad de implicancias que nos permiten reconocerlos como bienes culturales, y a los clubes como instituciones sociales fundamentales de nuestra sociedad y cultura.

Es desde allí que pensamos qué material podríamos desarrollar que le permita a los clubes proponerse estrategias para fortalecerse en su interior y crecer hacia el exterior, dando a conocer no sólo sus actividades, sino convocando a la comunidad a participar y hacer crecer la oferta de actividades y eventos, así como seguir funcionando como espacios de contención social y sus redes de vinculaciones con la población.

Es nuestro objetivo el poder brindar herramientas a todas aquellas instituciones que luchan día a día para crecer y subsistir en un contexto de dificultades económicas. En estos tiempos, el rol de los clubes para sus comunidades se torna de particular importancia aún cuando su funcionamiento tiende a dificultarse. Es allí donde este Manual pretende cooperar para que, desde los medios disponibles para cualquier institución, puedan acercarse cada vez más a su comunidad y hasta trabajar para ampliar la masa societaria y los vínculos sociales del club con otras instituciones. Por último, la ausencia de políticas públicas estatales y de iniciativas privadas destinadas a las instituciones deportivas genera un área que es a la vez una oportunidad de definir no solo productos específicos sino también de crear instancias de intercambio, formación y participación que fortalezcan los lazos de la Universidad con la comunidad.

Objetivo General

Producir un Manual Básico de comunicación interna y externa para Clubes, en formato digital, que se constituya como un material esencial para la generación de estrategias comunicacionales para clubes de la región

Objetivos Específicos

- Definir el contenido del material digital para que sea de fácil acceso, contenido idóneo y lenguaje sencillo
 - Fortalecer los lazos entre los socios de los clubes a través de estrategias de comunicación interna pensada especialmente para las instituciones
 - Crear espacios de reflexión y comunicación entre los miembros del club, constituyéndose como espacios de encuentro donde se pueda dialogar sobre los aspectos problemáticos de la comunidad
 - Generar estrategias para lograr un mayor diálogo entre los diferentes espacios/departamentos que componen un club a fin de afianzar los vínculos entre los dirigentes, a fin de tener en cuenta las problemáticas propias de cada una de las áreas y la repercusión de las mismas sobre los otros espacios que componen la asociación.
 - Brindar las herramientas necesarias para que cada institución pueda realizar un análisis de la constitución social de su club, franjas etarias de los participantes, intereses, espacios de mayor participación, potenciales actividades que permitan el crecimiento de la institución
 - Ampliar los lazos que vinculan a las instituciones deportivas con la comunidad que los rodea
 - Fortalecer los lazos entre socios y participantes de diferentes generaciones a fin de mejorar la comunicación entre lxs mismos, y robustecer los vínculos identitarios y el sentido de pertenencia a los espacios físicos y emocionales que unen a los socios respecto de la institución
-

Resultados Esperados

Esperamos que este Manual se convierta en una de las herramientas fundamentales para la vida de los clubes, que sea causante de la ampliación de los lazos entre los socios y del crecimiento de la masa societaria de los clubes de la región. Asimismo, tenemos la expectativa de que la utilización de las estrategias previstas en el Manual haga que los clubes empiecen a comunicar en mayor medida su tarea comunitaria y las actividades desarrolladas, a fin de convocar a la comunidad a participar y hacer de ellos espacios más amplios para cultivar los valores más importantes de nuestra sociedad. Asimismo, se prevé la capacitación y formación de estudiantes y docentes de las Tecnicaturas en Periodismo Deportivo y Comunicación Digital en la extensión universitaria. De la misma manera, y mediante la utilización del Manual, se formará a las comunidades de los clubes en la definición de estrategias comunicacionales.

Indicadores de progreso y logro

- La concreción de las reuniones bimensuales con el equipo
- Cumplimiento del cronograma propuesto
- Participación de los estudiantes y docentes del Proyecto Aula Puente en Villa Elvira
- Participación de los estudiantes y docentes de la Tecnicatura en Comunicación Digital y en Periodismo Deportivo

- Apropiación de herramientas de comunicación digital de lxs referentes institucionales
 - Utilización de los materiales producidos como insumo para otros proyectos de extensión y voluntariado promovidos por las distintas unidades académicas de la Universidad Nacional de La Plata
 - Fortalecimiento de los vínculos entre el equipo de trabajo a fin de lograr un material que sea útil y fundamental construir las herramientas e comunicación necesarias para el crecimiento de los clubes de la región
 - Concreción del Manual y presentación en las instituciones avalantes
-

Metodología

El recorrido metodológico detallado a continuación será pensado como una toma de decisiones constantes, desde la perspectiva de un trabajo de tipo cualitativo.

Reuniones bimensuales con todo el grupo participante y la división en equipos de trabajo

Se trabajará la metodología de focus group para el análisis y diagnóstico inicial de la situación comunicacional en clubes de la región

Foros de reunión con los clubes y la organización avalante

Reuniones con los estudiantes del Aula Puente

Modalidad de trabajo en grupo taller para el trabajo colectivo en la construcción, armado y diseño del mapeo del Manual

Actividades

- Reunión de todo el equipo -
- Diagnóstico de la situación comunicacional de los clubes
- Reunión de lxs Directores con los Clubes avalantes y Reunión con lxs estudiantes del Aula Puente cita en La Casita de los Pibes del barrio Villa Elvira y con los representantes de la misma
- Identificación de temáticas a trabajar
- División del equipo en grupos de trabajo, incluyendo un equipo de edición
- Determinación de la cantidad de capítulos que tendrá el Manual Digital
- Definición del formato web y la plataforma
- Construcción de la plataforma digital
- Presentación del Primer Borrador por parte de cada equipo
- Reunión de Equipo para devolución y corrección del primer borrador
- Determinación de Cuestiones de Diseño de acuerdo a las características de la plataforma
- Presentación del Segundo Borrador corregido por los equipos
- Presentación Final de Capítulos

- Elección de Imágenes y estructuras de diseño web
- Presentación del Trabajo final al equipo y correcciones finales del producto completo
- Presentación del Manual en la región

Cronograma

El proyecto está planificado con una duración total de 12 Meses para la presentación del producto final

[illegible]

Bibliografía

Acosta Hernandez Ruben (2005), Gestión y administración de organizaciones deportivas, Paidotribo, Barcelona

Billings, Andrew (2010), La comunicación en el deporte, Editorial UOC.

Brandolini, Gonzalez Frígoli y Hopkins (2014) Conversaciones La gestión del diálogo en organizaciones desafiantes. La Crujía

Caamaño, Juan Santiago- Amori, Walter Hernán (2012) La comunicación como herramienta de gestión en los clubes deportivos, Caso Gimnasia y Esgrima La Plata, FDPYCS-UNLP.

García Ferrando, Manuel (1990) Aspectos sociales del deporte, Madrid.

Martín, Mauro Enrique, Comunicación 2.0: La Afinidad Del Deporte Con Internet y Las Redes Sociales, fragmento de tesis doctoral "Comunicación 2.0 aplicada a entidades deportivas"

Morales Serrano, F (2006), La comunicación planificada: Estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en la comunicación de las organizaciones. Tesis Doctoral, UAB, Recuperada de:
"https://www.tdx.cat/handle/10803/4131"

Paris Roche, Fernando (2005), La Planificación estratégica en las organizaciones deportivas, Paidotribo. Recuperado de:
"http://www.tematika.com/libros/juegos__deportes_y_recreacion--15/deportes--2/legislacion_deportiva--3/planificacion_estrategica_en_las_organizaciones_deportivas--72465.htm"

Sanchez, Juan Carlos. (2014) Comunicación estratégica aplicada a la organización deportiva. Recuperado de:
"https://www.aacademica.org/juancarlos.sanchez/6.pdf"

Sierra Laguna, Victor. Plan de Comunicación de una entidad deportiva. Universidad de Sevilla. Recuperado de:
"https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43506/TRABAJO%20DE%20FIN%20DE%20GRADO%20-%20V%20C3%20DCTOR%20SIERRA%20LAGUNA.pdf?sequence=1"

Manual de Proyectos. Agencia Andaluza de voluntariado. Consejería de la Gobernación . Recuperado de:
"https://fapacordoba.org/wp-content/uploads/2010/10/manualdeproyectos-voluntariado.pdf"

Sostenibilidad/Replicabilidad

La problemática que viven los clubes en el cotidiano, en lo que respecta a la necesidad constante de ampliar su base societaria y de participación, es una problemática que persiste desde hace muchos años. Las brechas de diferencia etaria entre sus miembros ha puesto pausa a muchos de los vínculos entre los participantes y las dificultades de la vida cotidiana hacen difíciles los encuentros. Además, la falta de herramientas técnicas de los grupos directivos o de aquellos que sostienen la vida de los clubes hace que este tipo de materiales se conviertan no sólo en una necesidad, sino en

una herramienta que permitirá el crecimiento de estos espacios culturales vitales para nuestra sociedad, los permiten que sostienen muchas de nuestras tradiciones, generan vínculos identitarios y sentimientos de pertenencia, conformando uno de los lugares principales de contención de jóvenes, adultos y adultos mayores y de socialización secundaria de nuestras y nuestros niños.

Autoevaluación

Las fortalezas del proyecto está en la utilidad práctica que significará el manual para las instituciones, así como el hecho de que no existan otros materiales similares creados al fin. El tejido de redes que desde la carrera de Periodismo Deportivo hemos construido con muchos de los clubes de la región hace que el Manual tenga una inserción más fuerte en el área.

Consideramos que, asimismo, se fortalecerá la construcción de espacios de reflexión en relación al rol social de los clubes y la importancia de aportar a su crecimiento y rebustecimiento institucional. Se llevarán adelante estrategias de autoevaluación desde los siguientes modelos:

- autoevaluación de grupos: lxs directores del proyecto harán un seguimiento bimensual del trabajo de grupos y serán los responsables del cumplimiento de los plazos previstos en el cronograma.

Se utilizarán cuestionarios de autoevaluación

- Autoevaluación con retroalimentación: el trabajo se realizará con el grupo completo luego de cada entrega, pactada para los meses 6,9, 10 y 11

Participantes

Nombre completo	Unidad académica
Ianez, Lucia (DIRECTOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Gonzalez Frigoli, Martin (CO-DIRECTOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Mauro, Rafael Matias (COORDINADOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Filipin, Antonella (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Blasco, Ramiro (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Fadon, Juan Pablo (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Niggli, Francisco Horacio (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Garcia, Rodrigo Martin (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Jaureguiberry, Belen (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Mendoza Lujan, Joselyn Sofia (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Rodriguez, Dovale Maria Vanessa (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Becker, María Sol (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Becker, Matilde (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Gonzalez, Carlos Horacio (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Fernandez, Silva Juan Ignacio (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Alustiza, Karen (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Duque De Arce, Santiago Oscar (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Garofalo, Marcos Damian (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)

Nombre completo	Unidad académica
Garcia Fiorato, Carolina (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Giusti, Eugenia (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Varela, Federico (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Chaves, Nicolas (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Wahnon Silva, Maria Gabriela (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Ferrante, Natalia Belen (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)

Organizaciones

Nombre	Ciudad, Dpto, Pcia	Tipo de organización	Nombre y cargo del representante
CLUB FOREVER LA PLATA	La Plata, Buenos Aires	Asociación	ADOLFO GUSTAVO FRACASSI, presidente
LA CASITA DE LOS PIBES	La Plata, Buenos Aires	Asociación	Arana José Luis, Presidente
CLUB ATENAS LA PLATA	La Plata, Buenos Aires	Asociación	Miguel Russo, Presidente